

**ПРОБЛЕМЫ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ ДЛЯ СФЕРЫ УСЛУГ
PROBLEMS OF TRAINING FOR THE SERVICES SECTOR**

УДК 316.6

DOI: 10.18413/2408-9346-2017-3-1-58-66

Пастухова Д. А.

**О РАЗВИТИИ КОМПЕТЕНТНОСТИ СПЕЦИАЛИСТОВ СФЕРЫ
УСЛУГ В ОБЛАСТИ МЕЖЛИЧНОСТНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ**

Московский государственный областной университет,
ул. Веры Волошиной, 24, г. Мытищи, 141014, Россия. *PastukhovaD@mail.ru*

Аннотация. Статья посвящена проблеме формирования и развития компетенций в области межличностного взаимодействия в процессе подготовки специалистов для сферы сервиса. Высокий уровень клиентоориентированности сервисных отраслей экономики обуславливает особую значимость навыков эффективного взаимодействия работников с клиентами, что определяет необходимость развития данных навыков у будущих специалистов в процессе вузовской подготовки. Осуществлен функциональный анализ межличностных отношений на основе выявления их изначальных целей. Установлено, что межличностные отношения в системе «специалист сферы услуг – клиент» имеют четыре основные цели: деловые цели, оказание влияния, установление социальных реалий и эмоциональный обмен. Выявлены факторы, оказывающих влияние на характер устанавливаемых взаимоотношений между специалистами сферы услуг и клиентами: индивидуальные особенности людей, восприятие людей друг другом, интересы людей и степень их согласованности, эмоциональное состояние людей, вступающих в контакт. Приведена характеристика основных составляющих эффективного межличностного взаимодействия работников сферы услуг и клиентов для определения направлений формирования соответствующих компетенций у будущих специалистов сферы сервиса: умение понять клиента, прояснить для себя, в чем состоят его потребности, притязания и ожидания; умение построить межличностные отношения на основе сотрудничества; умение управлять эмоциями; развитый эмоциональный интеллект.

Ключевые слова: сфера услуг, клиентоориентированность, межличностное взаимодействие, условия и факторы эффективного взаимодействия.

D. A. Pastukhova

**DEVELOPING PROFESSIONAL INTEGRITY OF SPECIALISTS
IN THE SPHERE OF SERVICES IN THE FIELD OF INTERPERSONAL
INTERACTION**

Moscow State Regional University,
24 Very Voloshinoy St., Mytischy, 141014, Russia. *PastukhovaD@mail.ru*

Abstract. The article is devoted to the problem of formation and development of competencies in the field of interpersonal interaction in the process of training specialists for the service sector. The high level of client orientation of the service industries of the economy determines the special importance of the skills of effective interaction of employees with clients, which determines the need for future specialists to develop these skills in the process of university training. Functional analysis of interpersonal relations is carried out on the basis of revealing their original goals. It was established that interpersonal relations in the system «specialist in the service sector – the client» have four main goals: business objectives, influence, establishing social realities and emotional exchange. The factors influencing the nature of the established relationships between specialists in the service sector and clients are revealed: the individual characteristics of people, the perception of people by each other, the interests of people and the degree of their coherence, the emotional state of people coming into contact. The characteristic of the main components of

the effective interpersonal interaction of workers in the service sector and clients is determined to identify the directions for the formation of appropriate competencies for future specialists in the service sector: the ability to understand the client, to clarify for himself/ herself what his/ her needs, claims and expectations are; the ability to build interpersonal relationships on the basis of cooperation; the ability to control emotions; developed emotional intelligence.

Keywords: services; client-oriented; interpersonal interaction; conditions and factors of effective interaction.

Введение. Подготовка специалистов для сферы услуг – относительно новое направление в российской системе высшего образования. На разных дискуссионных площадках активно обсуждается вопрос содержательного наполнения образовательных программ подготовки бакалавров и магистров сервиса, туризма, гостиничного дела. Компетентностно-ориентированный подход к подготовке специалистов для сферы услуг диктует необходимость развития у студентов тех компетенций, которые в наибольшей степени соответствуют специфическим особенностям бизнеса в этой сфере [5].

Одной из наиболее значимых особенностей сферы услуг является высокий уровень клиентоориентированности [2].

Это предопределяет особую роль формирования навыков эффективного межличностного взаимодействия у будущих специалистов сферы услуг. Реализация данной задачи требует концептуального осмысления проблемы межличностного взаимодействия для определения основных направлений приложения педагогических усилий в процессе подготовки специалистов для сферы сервиса.

Основная часть.

Цель работы. Целью настоящего исследования является уточнение основных составляющих эффективного межличностного взаимодействия для совершенствования педагогической практики формирования соответствующих компетенций у будущих специалистов сферы сервиса.

Результаты исследования и их обсуждение. Взаимоотношения между людьми чрезвычайно сложны и многогранны. Рассмотрение различных аспектов человеческих взаимоотношений можно существенно упростить, используя в качестве инструмента их анализа различные классификации. Одной из таких классификаций, позволяющей осуществить функциональный анализ межличностных отношений, является классификация межличностных отношений на основе выявления их изначальных целей. Данная классификация

выделяет четыре основные группы межличностных отношений [12]:

1) отношения, устанавливаемые с целью формирования социальных реалий;

2) отношения, имеющие целью выражение чувств, т.е. осуществление эмоционального контакта с окружающими людьми;

3) отношения с целью оказания влияния на поведение других людей;

4) отношения с деловыми целями.

Взаимоотношения специалиста в области сервиса с клиентами, преследуя деловые цели, подспудно содержат в себе все указанные цели. Особенностью отношений с деловыми целями является их достаточно строгая регламентированность с точки зрения норм деловой этики и культурных традиций. Это касается используемого языка (так называемых речевых клише, штампов, профессиональных терминов), стилей общения, форм обращения и приветствия и т.д.

Цель оказания влияния на покупательское поведение клиента вытекает из необходимости повышения спроса на предлагаемые услуги и формирования покупательских предпочтений. Совершенно очевидно, что данная цель не должна выражаться в навязывании клиенту услуги любыми способами. Механизмы мотивации покупательского поведения, используемые работниками сервиса, должны способствовать максимальному удовлетворению потребностей, формировать оправданные ожидания у клиентов.

Формирование социальных реалий как цель взаимоотношений работника сервиса и клиента находит свое выражение в информировании покупателя о характеристиках, особенностях и преимуществах предлагаемых услуг, с одной стороны, и в получении работником сервиса информации, позволяющей составить более полную картину потребительского спроса, с другой.

Наконец, во взаимоотношениях специалиста сферы услуг и клиента присутствует и эмоциональное измерение. Это является следствием проявления потребности людей в

выражении собственных чувств и понимании чувств окружающих людей. В любом случае можно утверждать, что позитивный эмоциональный фон значительно повышает эффективность межличностных отношений. Это в полной мере относится и к взаимоотношениям рассматриваемых нами субъектов.

Следующий вопрос, требующий прояснения с позиций поставленной нами цели, заключается в выделении факторов, оказывающих влияние на характер устанавливаемых взаимоотношений между специалистами сферы услуг и клиентами. К таким факторам принято относить:

- 1) индивидуальные особенности людей;
- 2) восприятие людей друг другом;
- 3) интересы людей и степень их согласованности;
- 4) эмоциональное состояние людей, вступающих в контакт.

Важной детерминантой взаимоотношений являются индивидуальные особенности людей. Здесь уместно говорить об особенностях темперамента и таких чертах и качествах личности, как уровень конформизма, конфликтности, тревожности, самооценки, коммуникабельности и др. Особую роль в установлении взаимоотношений играет психологическая совместимость людей.

Различают психико-физиологическую и социально-психологическую совместимость людей. Психико-физиологическая совместимость означает сходство моторики людей, согласованность их реакций, синхронизацию темпа речи, движений и т.п. Данный тип совместимости не оказывает критического влияния на качество взаимоотношений людей, хотя и может создавать определенные сложности в общении. Гораздо большее влияние на характер взаимоотношений оказывает социально-психологическая совместимость, которая означает совместимость людей с точки зрения разделяемых ценностей, принципов, верований, убеждений и т.п. Совместимые по этому типу люди легче достигают взаимопонимания и согласия, чем несовместимые.

Восприятие – это получение и обработка одной стороной взаимоотношений информации о другой стороне. Сложность данного процесса часто недооценивается, что приводит к множественным ошибкам восприятия людей друг другом. Что мешает процессу восприятия? Во-первых, нежелание самого человека «раскрывать» себя перед другими людьми. Любой человек

обязательно что-либо скрывает о себе, какие-то свои качества ослабляет или усиливает, что-то приписывает себе и т.д. Пользуясь подобными приемами, он демонстрирует себя не таким, каков он есть на самом деле, а таким, чтобы произвести впечатление, которое он считает для себя наиболее выгодным.

Во-вторых, процессу адекватного восприятия человека человеком мешают недостаток информации, сознательные или неосознанные ее искажения другими людьми, ложные стереотипные заключения и многое другое. Еще одна проблема восприятия заключается в том, что если человек сделал какое-либо заключение о другом человеке, то оно становится самодостаточным, даже если является ложным. Людям свойственно пренебрегать полученными позже дополнительными сведениями.

Каждый человек в любых проявлениях своей жизнедеятельности руководствуется определенными интересами. Интересы людей тесно связаны с потребностями, но в отличие от потребностей, имеющих не всегда достаточно явный характер, интересы более конкретны и определены. Как научная категория интерес личности трактуется как конкретное выражение осознанных потребностей. Нет необходимости доказывать, какое значение имеют для человека его собственные интересы, как и тот факт, что интересы имеют глубоко индивидуальный характер. При осуществлении любых взаимоотношений и взаимодействий большое значение имеет согласование интересов сторон. Если интересы совпадают, взаимоотношения приобретают конструктивный характер, любые проблемы решаются совместными усилиями, что создает прочную основу для позитивного развития межличностных отношений. И, наоборот, в условиях конфликта интересов, когда каждая из сторон пытается отстаивать только собственные интересы, взаимоотношения становятся деструктивными и постепенно разрушаются. Поэтому степень согласованности интересов сторон является важным условием эффективного взаимодействия.

Эмоциональное состояние людей, вступающих в контакт – следующий фактор, способный оказать значительное влияние на характер складывающихся отношений. Как отмечалось ранее, эмоциональное измерение присутствует практически во всех типах взаимоотношений. Позитивный эмоциональный настрой способен значительно обогатить

взаимоотношения людей. И, соответственно, негативный настрой, проявляющийся как недоверие к собеседнику или даже просто плохое настроение, существенно уменьшает шансы на установление доверия и взаимопонимания.

Анализ функционального содержания взаимоотношений людей и факторов, оказывающих влияние на их характер и качество, позволяет перейти к рассмотрению основных составляющих эффективного взаимодействия специалистов сферы услуг и клиентов.

Пожалуй, наиболее важным условием эффективного взаимодействия работников сервиса и клиентов является достижение взаимопонимания [1]. Осуществляя взаимодействие с другими людьми, мы прежде всего стремимся быть понятыми и сокрушаемся, не получив желаемого. Для того чтобы претендовать на то, чтобы быть понятым, следует научиться понимать других людей. Именно такая последовательность, по нашему глубокому убеждению, лежит в основе взаимопонимания: сначала пытаться понять другого, потом стремиться быть понятым. Справедливость такого подхода подтверждает известное изречение Конфуция: «Не огорчаюсь, если люди меня не понимают, – огорчаюсь, если я не понимаю людей».

Умение понять клиента, прояснить для себя, в чем состоят его потребности, притязания и ожидания является, пожалуй, самым ценным навыком специалиста сферы услуг и вкладом в эффективность межличностного взаимодействия [8]. Что мешает пониманию? Ранее мы отмечали проблемы, обусловленные особенностями личного восприятия. Трудности понимания обусловлены и тем, что каждый человек представляет собой уникальное создание со своими ценностными ориентациями, интересами, целями, взглядами, принципами, верованиями и т.п., которые могут не совпадать с нашими. Часто мы воспринимаем других людей через призму собственного опыта, проецируя свое отношение к жизни на других. Однако то, что для нас является жизненно важным, может оставлять совершенно безучастным других и наоборот. Попытки ко всем подходить «со своей меркой» ограничивают попадание «на одну волну», достижение взаимопонимания [4].

Что облегчает понимание? Во-первых, успешному пониманию других людей способствует, умение слышать. Именно слышать, а не слушать. При явной схожести этих слов, существует тонкое, но весьма значимое отличие

между ними. Как очень четко подмечает А. Ю. Панасюк: «Слушать – это эксплуатировать свой орган слуха, а слышать – это эксплуатировать свой мозг, концентрируя внимание на словах говорящего. Можно слушать (функционирует слух) и не слышать в этот же момент, ибо сознание может быть занято какими-то иными мыслями» [3]. Умение слышать предполагает готовность к присутствию, внимание и сосредоточенность на том, что говорит собеседник. Как отмечает Оливия Фокс Кабейн, «присутствие – краеугольный камень слушания» [9].

Исследования психологов показывают, что не более десяти процентов людей владеют искусством слышать других. Типичными ошибками, которые присущи не умеющим слышать, являются: недостаточная сосредоточенность на сути разговора, раздражительность по поводу услышанного, обдумывание достойного ответа говорящему и др. Часто нам кажется, что мы способны демонстрировать заинтересованное внимание, даже если не вполне сосредоточены на сути слов говорящего. Такое представление не соответствует действительности. Как бы мы ни старались притвориться заинтересованными, наш собеседник на подсознательном уровне, читая язык тела, почувствует нашу неискренность, следствием чего станут раздражение, досада и потеря доверия. Неслучайно поэтому известная во всем мире школа актерской техники, автором которой является К. С. Станиславский, ориентирована не на развитие техники управления языком своего тела, а на перевоплощение актера в создаваемый образ, только в этом случае действия актера на сцене воспринимаются зрителями как естественные и гармоничные.

Что же касается обычных работников сферы услуг, не владеющих приемами актерского мастерства, то даже краткосрочное отвлечение их от беседы не останется незамеченным клиентом. Установлено, что человеческий мозг способен «считывать» выражение лица всего за 17 миллисекунд. Это кажется невероятным, но, как отмечает О. Ф. Кабейн: «В масштабах эволюции человека язык – относительно недавнее изобретение. Но наши далекие предки взаимодействовали задолго до его появления посредством несловесных способов общения. В результате невербальная коммуникация «защита» в наши мозги, причем намного глубже, чем относительно молодые способности по обработке

лингвистической информации. Вот почему она оказывает намного большее влияние» [9].

Во-вторых, важным условием успешного понимания других людей является эмпатия – сочувствие, сопереживание, проявляющиеся как способность понимать чувства другого человека по ходу их проявления, способность к сопереживанию [6]. Здесь так же, как и с умением слышать, мы чаще наблюдаем стремление к тому, что бы быть понятыми, нежели к тому, что бы понять чувства других. Свои собственные чувства, переживания кажутся нам достаточной опорой для понимания других людей. Мы склонны преувеличивать значение собственного жизненного опыта, пытаемся понять человека умом, а не сердцем. Мы «интерпретируем» человека, его действия и поступки исходя из собственного опыта, применяя к нему свою «мерку». Эмпатическое понимание представляет собой умение увидеть ситуацию не через призму своего жизненного опыта, а с точки зрения другого человека. Такое понимание требует глубинного, а не поверхностного проникновения в систему его ценностей, принципов, верований. Оно требует подключения не только левого полушария головного мозга, отвечающего за логику восприятия, но и правого, дающего возможность на эмоциональном, интуитивном уровнях понять чувства другого человека.

Следующим немаловажным условием эффективного взаимодействия в системе специалист сервиса – клиент является умение построить межличностные отношения на основе сотрудничества. Любое взаимодействие строится на основе взаимной выгоды, согласования интересов. Данную рекомендацию не следует воспринимать упрощенно, как реализацию принципа «ты – мне, я – тебе». Торг здесь не уместен. Речь идет о формировании отношений сотрудничества, которые предполагают совместный поиск решений, удовлетворяющих в полной мере интересы всех сторон. Такой подход характеризуется большими затратами времени, связанными с необходимостью поиска возможностей сотрудничества, анализа позиций сторон и возможных вариантов решения тех или иных вопросов и проблем. И все-таки именно этот подход к взаимодействию является самым эффективным, поскольку дает возможность «выиграть» каждому участнику и обеспечить конструктивное развитие отношений на перспективу [7].

Что мешает реализации такого подхода? Как показывает практика, многим людям

свойственно так называемое дихотомическое мышление, реализуемое по принципу «или-или»: «либо черное, либо белое», «либо плохое, либо хорошее», «либо проиграл, либо выиграл» и т.п. Другого не дано. Человек с преобладанием дихотомического мышления не видит полутонов, проявляет неготовность к возможному компромиссу полярных точек зрения. Психологи характеризуют такое мышление как незрелое. Ценность отношений сотрудничества как раз и состоит в открывающейся возможности увидеть ситуацию во всех ее оттенках и полутонах, вооружиться различными точками зрения на обсуждаемый вопрос или проблему, достичь согласия на основе взаимодополняемости и взаимообогащения. Только зрелая личность способна признать ограниченность собственной позиции и оценить преимущества взаимодействия с людьми, разделяющими другие взгляды и дающими ему новый угол зрения на существующую ситуацию.

Преимущества сотрудничества в системе межличностного взаимодействия сотрудников сферы услуг и клиентов заключаются в том, что благодаря сотрудничеству находится приемлемое для каждой стороны решение и тем самым укрепляются и улучшаются человеческие взаимоотношения, которые становятся хорошей основой для установления долгосрочных контактов. Философия сотрудничества предполагает, что успех одного человека не должен достигаться за счет другого и не должен исключать успеха другого.

Еще одним важным условием эффективного взаимодействия специалистов сервиса и клиентов являются развитые навыки управления эмоциями. Как отмечалось ранее, эмоции играют весьма значимую роль в межличностном взаимодействии. От того, насколько люди органичны в проявлении своих эмоций, насколько они способны оценивать и принимать во внимание эмоциональное состояние друг друга, зависит качество взаимоотношений и взаимодействия.

Человеческие эмоции отличаются большим разнообразием. В зависимости от характера переживания (приятное или неприятное) принято разделять эмоции на положительные и отрицательные. На самом деле, любые эмоции, обеспечивая психологическую разрядку, являются важным компонентом психического здоровья. В то же время эмоции способны полностью овладеть человеком, лишить его самообладания, заставить действовать

иррационально. Не случайно говорят, что эмоции являются катализатором конфликтов. Повышенная эмоциональная возбудимость, как, впрочем, и полная апатия, эмоциональная холодность создают существенные барьеры для осуществления эффективного взаимодействия. Здесь, как и во многом другом, должна присутствовать некая «золотая середина», умение достигать которой предполагает наличие развитых навыков управления эмоциями.

Управление эмоциями – довольно сложный процесс, требующий определенных навыков и направленный на решение следующих основных задач:

- 1) продуцирование и поддержание позитивных эмоций (сосредоточение на положительных моментах жизни, нахождение радости в любых жизненных мелочах, развитие доброжелательности и любви к людям и себе);
- 2) использование эмоциональной энергии для создания положительного эмоционального настроя во взаимоотношениях;
- 3) высвобождение избытка чувств безопасным путем, не затрагивающим других людей.

Более широкий взгляд на проблему влияния эмоций на эффективность межличностного взаимодействия заставляет обратиться к рассмотрению категории «эмоциональный интеллект». Это связано с тем, что многие специалисты считают развитый эмоциональный интеллект основой социальной успешности личности. Долгое время эмоции, чувственная сторона личности рассматривались как противопоставление разуму, логике, интеллекту, хотя предпосылки их совместного рассмотрения имели место еще в ранних философских и религиозных учениях. Первые серьезные научные попытки интегрировать эмоциональную и интеллектуальную сферу личности, обосновать их продуктивное взаимодействие имеют отношение к концу 20 века и находят отражение в концепции эмоционального интеллекта. Одними из авторов этой концепции являются американские ученые Дж. Мейер, П. Сэловей и Д.Р. Карузо, рассматривающие эмоциональный интеллект как уникальную взаимосвязь когнитивной (познавательной) и аффективной (эмоциональной) сфер личности, позволяющую эффективно разрешать многообразные жизненные задачи [13].

Несмотря на значительный интерес, проявляемый в последнее время исследователями к проблеме эмоционального интеллекта, сохраняются различия как в трактовке самого понятия, так и содержания его основных составляющих. Наиболее часто в качестве основных компонентов эмоционального интеллекта выделяют умение идентифицировать эмоции и эмоциональное состояние, способность управлять эмоциями и использовать их для повышения эффективности мышления, деятельности, взаимодействия.

Умение идентифицировать эмоции заключается в правильном понимании того, какие именно чувства испытывает человек, что является их причиной и каковы возможные их последствия. Способность управлять эмоциями подразумевает умение регулировать интенсивность проявления эмоций, контролировать их внешнее проявление, продуцировать при необходимости те или иные эмоции. При этом все указанные умения и способности принято подразделять на личностные навыки в отношении собственных эмоций и социальные навыки, имеющие отношение к эмоциональному состоянию других людей. Иногда в этом смысле говорят о внутриличностном и межличностном эмоциональном интеллекте.

Принято считать, что люди с правополушарным типом мышления обладают более развитым эмоциональным интеллектом. Некоторые исследования дают основание предположить, что экстраверты имеют больше предпосылок к развитию внешнего эмоционального интеллекта, а интроверты – внутреннего. Существуют также гендерные и возрастные особенности проявления и развития эмоционального интеллекта. В любом случае, одним из наиболее важных выводов научных исследований является утверждение о том, что эмоциональный интеллект не является исключительно врожденным свойством личности, а это значит, что каждый человек обладает возможностями его развития на протяжении всей жизни.

В представленной ниже таблице на основе анализа и систематизации основных подходов к рассмотрению эмоционального интеллекта приводится характеристика его основных элементов.

Элементы эмоционального интеллекта, их содержание и критерии реализации

Таблица

Table

Elements of emotional intelligence, their content and implementation criteria

Элементы	Содержание	Критерии
Самоанализ	Способность осознавать свое настроение, эмоции, мотивы поведения	Уверенность в себе, самоуважение, независимость
Саморегуляция	Способность контролировать разрушительные импульсы; склонность рассуждать, т.е. думать, прежде чем что-то предпринять	Устойчивость к стрессу, надежность, цельность и недвусмысленность
Адаптация	Способность приспосабливаться к изменениям внешней среды	Реалистичность, гибкость, эффективное решение проблем, открытость переменам
Мотивация	Способность поддерживать интерес к деятельности и жизни благодаря соответствующему эмоциональному настрою	Целеустремленность, энергичность, настойчивость, решительность
Сопереживание	Умение понимать эмоциональное состояние других людей; способность относиться к людям, учитывая их эмоциональный тип и возможную реакцию	Эмпатия, тонкое ощущение индивидуальных и межкультурных различий, стремление помочь
Навыки межличностного общения	Опыт и умение выстраивать систему отношений; способность находить общее, а также основу для взаимного согласия	Социальная ответственность, способность убеждать, вдохновлять, работать в команде, лидерство, сотрудничество
Оптимизм	Преобладающее позитивное настроение и отношение к себе и другим людям	Счастье, удовлетворенность жизнью, успех, рассмотрение кризисов и конфликтов как возможностей позитивных изменений

Представленные в таблице основные компоненты эмоционального интеллекта дают возможность определить основные направления приложения усилий по его развитию:

1) самоанализ. Любые ощущения человека трансформируются в электрические сигналы, поступающие в мозг. Однако прежде чем они достигают зоны, отвечающей за рациональное мышление, они проходят через лимбическую систему, одной из важнейших функций которой является формирование эмоций. Вот почему, прежде чем «включается» логическое мышление, человек ощущает и оценивает происходящее на эмоциональном уровне. Человек не способен контролировать возникновение эмоций, но он может контролировать мысли, возникающие по поводу проявления той или иной эмоции. Поэтому первый шаг в развитии эмоционального интеллекта состоит в тщательном анализе собственных чувств. Единственно возможный способ правильно понять свои эмоции заключается в уделении достаточного времени для самоанализа собственных чувств и причин их возникновения;

2) саморегуляция. После выяснения того, в чем собственно состоит испытываемая в

конкретный момент эмоция, приходит понимание того, как следует реагировать на нее. Главное правило здесь – предупредить неконтролируемый выход эмоций. Для регулирования уровня интенсивности эмоции полезно использовать дыхательные упражнения. Широко известная фраза Остапа Бендера из романа «Двенадцать стульев» И. Ильфа и Е. Петрова: «Дышите глубже, вы взволнованы», является простым и хорошим рецептом снятия эмоционального напряжения;

3) адаптация. Адаптация предполагает развитие гибкости мышления. Ограничение рамками собственной точки зрения делает мышление негибким, лимитирует творчество и препятствует достижению согласия с другими людьми при обсуждении сложных вопросов и проблем. Готовность к восприятию новой информации, рассмотрению различных точек зрения существенно обогащает эмоциональный интеллект человека [10];

4) мотивация. Развитие мотивационной составляющей эмоционального интеллекта предполагает наличие целенаправленных усилий по поддержанию и развитию собственной мотивации к работе и жизни вообще,

использование эмоциональной энергии для достижения положительных перемен, преодоления кризисных ситуаций [14];

5) сопереживание. Сопереживание предполагает умение понимать чувства других людей, оказывая им необходимую поддержку. Данная задача, несомненно, является сложной, однако внимательное наблюдение и чуткое отношение к проявлению эмоций окружающих людей постепенно способствуют развитию этого навыка. Проявляя искренний интерес к человеку, внимательно слушая и задавая ему ненавязчивые вопросы о том, что он чувствует, мы получаем возможность лучше понять его и сложившуюся ситуацию и более правильно выстроить собственную линию поведения;

6) навыки межличностного общения. Очень часто рекомендации по развитию навыков межличностного общения содержат описание манипулятивных приемов оказания влияния на других людей. Данные методики могут оказаться эффективными во многих жизненных ситуациях, однако недостатком их применения, помимо морального аспекта, может стать потеря доверия со стороны других людей, которые могут оказаться довольно искушенными в вопросе использования таких практик. Поэтому мы считаем более правильным говорить не столько о развитии навыков, сколько о развитии личностных качеств, способствующих установлению эффективного межличностного взаимодействия. В этом смысле наиболее важными качествами личности мы считаем искренность, теплоту в отношениях, порядочность, надежность, рассматриваемую в данном контексте как выполнение принятых на себя обязательств. Неисполнение данных обещаний очень сильно подрывает доверие людей;

7) оптимизм. Оптимизм – это тип восприятия себя, мира и окружающих людей, характеризующийся позитивной точкой зрения. Оптимизм создает преграду чувствам уныния, зависти, неудовлетворенности. Он помогает поддерживать положительную энергию и направлять ее в русло позитивных перемен. Позитивный эмоциональный фон способен стимулировать процессы мышления и активизировать человеческую деятельность. Основой оптимистической точки зрения являются вера в себя, сильная воля и позитивное отношение к людям [11].

Заключение. Таким образом, в настоящем исследовании нами была предпринята попытка

уточнения основных составляющих эффективного межличностного взаимодействия работников сферы услуг и клиентов для определения направлений формирования соответствующих компетенций у будущих специалистов сферы сервиса.

В качестве основных составляющих компетентности специалиста сферы услуг в области межличностного взаимодействия нами выделены:

- 1) умение понять клиента, прояснить для себя, в чем состоят его потребности, притязания и ожидания;
- 2) умение построить межличностные отношения на основе сотрудничества;
- 3) умение управлять эмоциями;
- 4) развитый эмоциональный интеллект.

Список литературы

1. Алешкин, Н. И. Межличностное познание и понимание в общении [Текст] / Н. И. Алешкин // Вестник ЛГУ им. А. С. Пушкина. 2012. № 1. С. 114-123.
2. Коновалова, Е. Е. Клиентоориентированность как ключевой фактор эффективной деятельности туристского предприятия [Текст] / Е. Е. Коновалова // Сервис в России и за рубежом. 2015. №5 (61). С. 118-128.
3. Панасюк, А. Ю. Управленческое общение: практические советы [Текст] / А. Ю. Панасюк. М.: Экономика, 1990. 112 с.
4. Пастухова, Д. А. Культурно обусловленные особенности общения в процессе межкультурной коммуникации [Текст] / Д. А. Пастухова // Научный результат. Серия: Технологии бизнеса и сервиса. 2016. Т. 2 № 2 (5). С. 39-44.
5. Патрусова, А. М., Слинкова, О. К. Применение принципов менеджмента качества в образовательных учреждениях высшего профессионального образования [Текст] / А. М. Патрусова, О. К. Слинкова // Труды Братского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2013. Т. 1. С. 277-284.
6. Пашукова, Т. И., Троицкая, Е. А. Механизмы и функции эмпатии [Текст] / Т. И. Пашукова, Е. А. Троицкая // Вестник МГЛУ. 2010. № 586. С. 197-208.
7. Слинкова, О. К., Пастухова, Д. А. Проблема личностного роста и подходы к ее решению в процессе вузовской подготовки магистрантов // Государственное и муниципальное управление [Текст] / О. К. Слинкова, Д. А. Пастухова // Ученые записки СКАГС. 2016. № 4. С. 209-213.
8. Слинкова, О. К., Пастухова, Д. А. Сервисология как наука о человеческих потребностях [Текст] / О. К. Слинкова,

Д. А. Пастухова // Научный результат. Серия: Технологии бизнеса и сервиса. 2015. Т. 1 № 3 (5). С. 66-75.

9. Фокс, Кабейн О. Харизма: Как влиять, убеждать и вдохновлять [Текст] / / Оливия Фокс Кабейн; Пер. с англ. 3-е изд. М. : Альпина Паблишер, 2015. 307 с.

10. Шлыкова, А. П. Особенности социальной перцепции студентов [Текст] / А. П. Шлыкова // Достижения науки и образования. 2016. № 4 (5). С. 91-98.

11. Ядров, К. П. Понятие инновационной образовательной среды [Текст] / К. П. Ядров // Инновационная активность педагога: проблемы и перспективы исследования. Сборник научных трудов. Москва. 2016. С. 106-115.

12. Bennis, W. G., Schein, E., Berlew, D. *Interpersonal Dynamics* [Текст] / W. G. Bennis, E. Schein, D. Berlew. Ref.ed. Homewood, Illinois. The Dorsey Press, 1969.

13. Mayer, J. D., Salovey P., Caruso, D. R. *Models of Emotional Intelligence* [Текст] / J. D. Mayer, P. Salovey, D. R. Caruso // Sternberg R. Handbook of Intelligence. Cambridge University Press, 2000.

14. Slinkov, A. M. *The comparative analysis of research approaches to the definition and content of job satisfaction* [Текст] / A. M. Slinkov // Экономика и предпринимательство. 2016. № 5 (70). С. 807-811.

References

1. Aleshkin, N. I. *Interpersonal knowledge and understanding in communication* [Text] / N. I. Aleshkin // Bulletin of the Leningrad State University. A. S. Pushkin. 2012. № 1. Pp. 114-123.

2. Konovalova, E. E. *Client orientation as a key factor of the effective activity of a tourist enterprise* [Text] / E. E. Konovalova // Service in Russia and abroad. 2015. № 5 (61). Pp. 118-128.

3. Panasyuk, A. Yu. *Administrative communication: practical advice* [Text] / Panasyuk, A. Yu. Moscow: Economics, 1990. 112 p.

4. Pastukhova, D. A. *Culturally conditioned features of communication in the process of intercultural communication* [Text] / Pastukhova, D. A. // Research Result. Series: Technologies of Business and Service. 2016. Vol. 2 № 2 (5). Pp. 39-44.

5. Patrusova, A. M., Slinkova, O. K. *Application of the principles of quality management in educational institutions of higher professional education* [Text] / A. M.

Patrusova, O. K. Slinkova // Proceedings of the Bratsk State University. Series: Economics and Management. 2013. Vol. 1. Pp. 277-284.

6. Pashukova, T. I., Troitskaya, E. A. *Mechanisms and functions of empathy* [Text] / T. I. Pashukova, E. A. Troitskaya // Vestnik MGLU. 2010. № 586. Pp. 197-208.

7. Slinkova, O. K., Pastukhova, D. A. *The problem of personal growth and approaches to its solution in the process of university preparation of undergraduates* [Text] / O. K. Slinkova, D. A. Pastukhova // State and municipal management. Scientific notes SKAGS. 2016. № 4. Pp. 209-213.

8. Slinkova, O. K., Pastukhova, D. A. *Service Science as a Science of Human Needs* [Text] / O. K. Slinkova, D. A. Pastukhova // Research Result. Series: Technologies of Business and Service. 2015. Vol. 1 № 3 (5). Pp. 66-75.

9. Fox Cobain O. *Charisma: How to influence, persuade and inspire* [Text] / Olivia Fox Cubain; Trans. With the English. 3rd ed. Moscow: Alpina Publisher, 2015. 307 p.

10. Shlykova, A. P. *Features of social perception of students* [Text] / A. P. Shlykova // Achievements of science and education. 2016. № 4 (5). Pp. 91-98.

11. Yadrov, K. P. *The concept of innovative educational environment* [Text] / K. P. Yadrov // Innovative activity of the teacher: problems and prospects of research. Collection of scientific papers. Moscow. 2016. Pp. 106-115.

12. Bennis, W. G., Schein, E., Berlew, D. *Interpersonal Dynamics* [Текст] / W. G. Bennis, E. Schein, D. Berlew. Ref.ed. Homewood, Illinois. The Dorsey Press, 1969.

13. Mayer, J. D., Salovey P., Caruso, D. R. *Models of Emotional Intelligence* [Текст] / J. D. Mayer, P. Salovey, D. R. Caruso // Sternberg R. Handbook of Intelligence. Cambridge University Press, 2000.

14. Slinkov, A. M. *The comparative analysis of research approaches to the definition and content of job satisfaction* [Текст] / A. M. Slinkov // Экономика и предпринимательство. 2016. № 5 (70). Pp. 807-811.

Пастухова Дарья Александровна, доцент, кандидат психологических наук, Московский государственный областной университет

Pastukhova Darya A., Associate Professor, PhD in Psychology Moscow State Regional University